/122

TOERISTISCH ONTWIKKELINGSKADER ZANDVOORT

De visie en grote lijn



Aangenomen door de raad van de gemeente Zandvoort
25 november 1997.

Stuurgroep Toeristische Ontwikkeling Zandvoort:
samenwerking van:
Gemeente Zandvoort
Ondernemersplatform Zandvoort

A7
122

Inhoudsopgave

1. KIJK OP ZANDVOORT

1.1 Badplaats en woonplaats

De badplaats Zandvoort heeft een rijke traditie. Een karakteristiek dorp omringd door duin en zee. De troeven van Zandvoort die vanoudsher vele toeristen per jaar trekken. Toerisme heeft zich ontwikkeld tot de economische kurk van Zandvoort. Van belang voor de welvaart en het welzijn van onze inwoners.

Vóór alles is Zandvoort echter tevens woonplaats. Dit vraagt om een evenwichtige ontwikkeling. Zowel de toerist als de inwoner moeten zich er thuis voelen. Thuis blijven voelen. Het versterken van het woon- en leefklimaat van onze gemeente is een belangrijke drijfveer voor het beleid in de komende jaren.
Tegelijkertijd is het voor Zandvoort van groot belang haar positie als vooraanstaande badplaats te blijven behouden. Nieuwe impulsen zullen daarvoor nodig zijn. Impulsen die enerzijds waarborgen dat de badplaats die kwaliteit en aantrekkingskracht blijft bieden waar de toerist om vraagt en anderzijds zullen bijdragen aan het noodzakelijke evenwicht tussen badplaats en woonplaats.
Kwaliteit, goede inrichting, geleiding van overlast en een breed voorzieningenniveau door toerisme zijn aspecten waar bewoners én bezoekers van profiteren.

1.2 Het belang van beleid

De toeristische markt is sterk in beweging. Zandvoort heeft weliswaar haar traditie en sterk ontwikkelde toeristische infrastructuur, reden tot stilzitten geeft dit echter geenszins. We zullen de kwaliteit van onze badplaats moeten verbeteren. Zowel op het gebied van de ruimtelijke structuur, de inrichting van de openbare ruimte, de toeristische voorzieningen, de infrastructuur, de bereikbaarheid als de wijze waarop we ons als badplaats presenteren.
Een integrale opwaardering. Niet zomaar, maar noodzakelijk om onze economische en werkgelegenheidsbelangen te waarborgen én om een stelselmatige verbetering te kunnen realiseren in het woon- en leefklimaat.

Gemeenschappelijke visie. Actief beleid. Investeren in prioriteiten. En samenwerking tussen gemeente en bedrijfsleven. Dat is de weg voor Zandvoort te gaan.
Vanuit een duidelijke visie, gedragen door gemeenteraad, ondernemers en bewoners, is dan flexibel inspelen op de markt mogelijk.

1.3 Structuurschets als basis

De Structuurschets Zandvoort die in december 1996 is vastgesteld, heeft de lijnen hiervoor uitgezet. De schets positioneert Zandvoort als "woonplaats en moderne badplaats met een historische kern". Daarmee geeft de Structuurschets de drie essenties aan die ook het uitgangspunt zijn voor het voorliggende toeristisch ontwikkelingskader:

- Zandvoort dient zich blijvend te ontwikkelen als een *moderne badplaats* met een sterke concurrentiepositie aan de Noordzeekust; dit vraagt om nieuw beleid en een aantal strategische ingrepen of (her)ontwikkelingen.

- de badplaatsontwikkeling kan en mag niet los worden gezien van de belangen en het welbevinden van de inwoners, zowel qua woon- en leefklimaat als qua economisch en sociaal-maatschappelijk kader. De badplaats biedt draagvlak voor voorzieningen en dynamiek, maar leidt ook tot overlast en ergernis. Dit vraagt om zorgvuldige afweging van toeristisch Zandvoort en woonplaats Zandvoort.
- de historische kern en de karakteristiek van het "oude vissersdorp" zijn voor Zandvoort en voor de Zandvoorters van eminent belang. Het is de authenticiteit die onze inwoners bindt. Tegelijkertijd geeft het de badplaats haar eigen gezicht. Een gezicht en een identiteit die nooit verloochend mogen worden. Het zou het onderscheidingsvermogen en daarmee de concurrentiepositie van de badplaats ondermijnen; maar zo mogelijk nog belangrijker: het zou Zandvoort uit het perspectief van de inwoners "onteigenen".
- het tweede gezicht van de badplaats, het boulevardgebied, zal door vernieuwing van de polen Badhuisplein en Palaceplein aan Zandvoort een smaakmakend flaneergebied toevoegen.

Voor het toeristisch ontwikkelingsbeleid is met de Structuurschets aan een essentiële randvoorwaarde voldaan. Het ruimtelijk beleidskader is vastgelegd.
De koers is uitgezet. Nu de invulling.

1.4 Toerisme als economische motor.

Voor het versterken van de lokale economie van Zandvoort is toerisme de hoofdmotor. Toerisme is Zandvoorts meest kenmerkende bedrijfstak, het voornaamste middel van bestaan. Dit geldt ook in de nabije toekomst. Zandvoort wil blijvend een toeristische gemeente zijn, zij heeft van oudsher hiervoor letterlijk alles in huis.

Voortbouwend op de analyse over toerisme en de sterkten en zwakten van Zandvoort in hoofdstuk 4 van de Structuurschets, is nu het moment gekomen voor het beleidskader en de visie over 'hoe nu actief verder gaan'.
Om niet alleen als dag-recreatieplaats maar ook als (inter)nationale badplaats mee te blijven tellen moet in Zandvoort voortdurend worden geïnvesteerd in kwaliteit en aanpassing van de toeristische produkten en in de totale uitstraling van de badplaats. Een opknapbeurt is nodig. Dit is wat het bestuur van Zandvoort voor ogen heeft, dit is de lijn die de ondernemers willen gaan.

De economische aspecten van toerisme zien wij breed. Om het economisch belang van toerisme ook voor langere tijd 'veilig' te stellen is het van belang om zuinig te zijn op belangrijke basiselementen als het belang van de omringende natuur met zoveel mogelijk stiltegebieden en de duurzaamheid en kwaliteit in ruimtelijke inrichting van het dorp. Het economische belang van toerisme vullen wij niet kortzichtig in als een vrijgeleide voor ongebreidelde ontwikkelingen in niet-gewenste richtingen of niet-gewenste markten.
Sturen met kwaliteit, ook voor de langere termijn, is het motto. Hiervoor zijn wel aanpassingen en investeringen nodig.

Het belang van voortdurende investeringen in de badplaats is samen te vatten onder vier elementen in de relatie *'toerisme en plaatselijke economie'*.

1. Toerisme is de enige stuwende bedrijfstak in Zandvoort; in elk economisch beleidsplan van Zandvoort zou toerisme pront bovenaan prijken. De lokale economische structuur bestaat uit vele functies en bedrijfsactiviteiten die samenhangen, die niet met de rug naar elkaar toe staan maar van elkaar afhangen. Als de toeristische pijler wegvalt of inzakt, valt bijna alles in elkaar.

2. Toerisme staat voor werkgelegenheid; een langer doorlopend en toenemend toeristisch bezoek betekent daarom continuïteit in het werk voor velen. Gaat het goed met toerisme dan betekent dit vooral minder werkloosheid aan de onderkant van de banenmarkt. Een stap verder: groei met nieuwe banen door toerisme betekent ook het voorkomen van additionele werkloosheid.

   Grofweg genereert het toerisme door de directe uitgaven van bezoekers 2300 arbeids - plaatsen in Zandvoort. Feitelijk zal dit hoger zijn, omdat er ook veel werk ontstaat door de toelevering van andere bedrijven aan het toeristisch bedrijfsleven. Deze indirecte werkgelegenheid door toerisme kan deels in Zandvoort zijn, maar ook buiten Zandvoort.

3. Om te blijven investeren moeten ondernemers vertrouwen in de toekomst hebben, een perspectief is nodig. En investeren moet om de markt te behouden! Zonder investeringen zakt de markt in, Zandvoort verkruimelt dan langzaam.

4. Zandvoort heeft vele functies en voorzieningen bij gratie van het toerisme. De inwoners profiteren hier ook duidelijk van. Handhaven van het relatief hoge voorzieningenniveau in Zandvoort hangt niet af van de inwoners maar van de toeristen.

1.5. De stuurgroep toeristische ontwikkeling

De stuurgroep toeristische ontwikkeling Zandvoort heeft zich tot taak gesteld de voorgestane toeristische ontwikkeling te initiëren. In de stuurgroep participeren de gemeente Zandvoort en het Ondernemers Platform Zandvoort.

Het eerste resultaat van de samenwerking vraagt tevens om een eerste bevestiging: een toets van het politiek-bestuurlijk en maatschappelijk draagvlak voor de onderhavige visie. Een visie die wordt gepresenteerd als " Toeristisch Ontwikkelingskader Zandvoort ". Een visie die nadrukkelijk beoogt de belangen van de overheid, de ondernemers, de inwoners en de toeristen te binden. En die de basis legt onder de verdere uitwerking en concretisering van het toeristisch beleid in de komende jaren. Juist daarom presenteert de stuurgroep nu een ontwikkelingskader; omdat alleen in gemeenschappelijkheid effectief beleid kan worden ontwikkeld.

2.4 Samenhang en verdieping

Indien we er in slagen tussen het centrum en het strandleven, maar ook met inbegrip van het circuit en de twee belangrijke natuurgebieden ten noorden en zuiden van ons, een brug te slaan, opdat de toerist niet meer gericht naar één van deze bestemmingen komt, maar kiest voor "Zandvoort in totaliteit", dan hebben we daarmee de basis gelegd voor zowel de beoogde jaarrond ontwikkeling, als meer evenwicht en integratie tussen de badplaats en de woonplaats en het opwaarderen van de kwaliteit van ons product over de hele linie.

Zandvoort is de badplaats die intimiteit en historische karakteristiek op een passende wijze weet te combineren met modern strandleven. Door deze kwaliteiten uit te diepen (door ze de ruimte te geven zich verder te versterken) houden we vast aan onze kracht. Cultuur, kunst, architectuur en de natuur kunnen hieraan echter een extra -voor Zandvoort nieuwe- dimensie toevoegen. De culturele infrastructuur en het natuurprofiel van Zandvoort zullen moeten worden uitgebouwd.

Zandvoort wil niet zomaar een badplaats zijn, maar een eigentijdse badplaats die toeristen aanspreekt die deze kwaliteiten weten te waarderen. Zandvoort is geen strand, maar een totaalbeleving; een ambiance voor "wie van het goede leven houdt".

2.5 Kwaliteit boven kwantiteit

Het voorgaande opteert nadrukkelijk voor kwaliteit in plaats van kwantiteit. Economische groei kan worden bewerkstelligd door seizoensverbreding en het ontwikkelen van een twaalf maanden economie. Daarmee ontstaat een exploitatiebasis die juist ook de plaats Zandvoort in totaliteit ten goede komt. Te noemen is het draagvlak voor voorzieningen op onder meer detailhandels- en cultureel gebied.
De grote druk van het zomertoerisme en dagtoerisme zullen we beheersmatig in goede banen moeten leiden, daarmee kan de traditionele positie van Zandvoort als badplaats weer in ere worden hersteld. Jaarrond verblijfs- en congrestoerisme biedt nieuwe kansen. Het is een ontwikkeling die zal bijdragen tot de beoogde kwaliteitsverbetering; zowel qua voorzieningenaanbod als de openbare ruimte en de externe uitstraling van Zandvoort. De doelstelling om in de jaarrond-marktsegmenten te willen groeien, houdt direct verband met de in de Structuurschets vastgestelde ontwikkelingsvisie op de gebieden in het centrum en aan de kustlijn en boulevardzone.

2.6 Marktgericht

De toeristische markt ontwikkelt zich snel. Net als de samenleving in totaliteit neemt de dynamiek toe. De consument individualiseert, is kritisch en mobiel. Trends komen en gaan. Er is echter een constante in de vorm van vaste behoeftenpatronen. Toerisme, recreatie en vrije tijdsbesteding wordt daarbij steeds belangrijker. Als toeristengemeente zullen we deze ontwikkeling moeten blijven volgen. We zullen snel en adequaat moeten opereren in onze marketing. Een sterk kernprodukt zal ons daarbij helpen. Een badplaats die kwaliteit biedt.

Marktgerichtheid veronderstelt dat zowel de gemeente als de ondernemers elkaar daarin ondersteunen en samenwerken. Dat er ruimte is voor nieuwe initiatieven en dat kansen die zich in de markt voordoen en die passen binnen de visie en de doelstellingen, worden gegrepen. Ondernemers en gemeente zullen elkaar moeten inspireren. Met de markt als uitgangspunt.

2.7 Goed geregeld

Om concurrerend te kunnen blijven ten opzichte van andere badplaatsen en vrijetijdsbestemmingen, maar ook om onze inwoners het woon- en leefmilieu te bieden waar zij recht op hebben, zullen we een aantal zaken "goed moeten regelen". Vraagstukken als bereikbaarheid en parkeeroverlast vragen om een passende en effectieve oplossing. Zowel uit het ondernemerschap als uit de infrastructurele voorzieningen zal onze gastvrijheid moeten blijken. Natuurlijk is dit geen eenvoudige uitdaging. Op belangrijke punten zullen keuzen noodzakelijk zijn en consequenties moeten worden aanvaard. We mogen op dit punt echter niet verzaken, beseffend dat alleen dan de badplaats onze economische kurk kan blijven.

2.8 Samenwerking

Samenwerking is geen toverwoord, maar zal wel bepalend zijn voor ons succes. Gemeente en ondernemers hebben gezamenlijk de troeven in handen. Het gaat daarbij om gemeenschappelijkheid in doelstellingen, afstemming in beleid en investeringen en commitment met betrekking tot de realisatie. Geen korte termijn politiek noch een ondernemersinzet gericht op korte termijn rendement. De ambitie van jaarrond badplaats en een opgewaardeerd produktaanbod vraagt om investeringen met een lange termijn perspectief. Om ondernemerschap met toegevoegde waarde. Om een ondernemersklimaat gericht op 12 maanden exploitaties. Als de gemeente hiervoor de voorwaarden schept, zal de private sector zich kunnen ontplooien.

2.9 Nieuw elan

Te lang zijn we met elkaar in Zandvoort te afwachtend geweest bij de badplaatsontwikkeling. In plaats van de wurggreep van besluiteloosheid en het gebrek aan vertrouwen in de mogelijkheden en in elkaar, kan uitsluitend nieuw elan ons richtsnoer zijn. Zonder geloof in eigen kunnen, boet ook onze positie naar bijvoorbeeld investeerders sterk aan betekenis in. Nieuwe en gewenste ontwikkelingen in het boulevardgebied worden dan onmogelijk. Een neerwaartse spiraal die doorbroken moet worden. Door een zorgvuldig, weloverwogen beleidsproces; stap voor stap toewerkend naar realisatie van de visie; volhardend maar met open oog voor het lokale draagvlak en de lokale betrokkenheid.
We mogen trots zijn op onze badplaats en onze gemeente. We moeten echter zelf ook bereid zijn onze toekomst in handen te nemen. Beleid met visie zal ons helpen. De stuurgroep toeristische ontwikkeling wil met de onderhavige notitie hieraan een bijdrage leveren.


NOS VACANCES
SUMMERHOUSE



3. ONZE STRATEGIE

3.1 Zeven aandachtsgebieden

Zeven aandachtsgebieden zijn van belang in onze strategie die moet leiden tot het verwezenlijken van de toeristische ontwikkelingsvisie.
Het betreft zeven beleidsterreinen waarop de inspanningen van de overheid en van het bedrijfsleven zich dienen te richten:

- ontwikkeling van de polen en de vlakken uit de structuurschets Zandvoort
- doeltreffend parkeerbeleid en maatregelen voor bereikbaarheid
- herinrichting en opwaardering van de openbare ruimte in het centrum
- gastheerschap en infrastructuur
- versterking respectievelijk ontwikkeling van het planologisch-juridisch kader.
- bestrijden en beperken van overlast
- het economisch belang van toerisme

3.1.1. Ontwikkeling van de polen en vlakken

In de structuurschets is de voorgestane ruimtelijke en functionele ontwikkeling van de kerngebieden in de badplaats vastgelegd. Voor zowel de "polen" als de "vlakken" worden concrete doelstellingen en richtingen aangegeven. De ontwikkeling van deze locaties dient projectmatig en gefaseerd ter hand te worden genomen. De gemeente heeft hierbij het voortouw, in samenwerking met de betrokken private partners. Het nieuwe elan en het vernieuwde gezicht van Zandvoort is hiervan in grote mate afhankelijk.

3.1.2. Doeltreffend parkeerbeleid en verkeersbeleid

Het parkeerprobleem manifesteert zich als we niet opletten ook in Zandvoort als een splijtzwam tussen de belangen van de badplaats en de woonplaats. Een vervlochten situatie die hoe dan ook vraagt om een evenwichtige aanpak. Rekening houdend met zowel de belangen van de bewoners en het leefklimaat als de economische behoeften.
In alle gevallen zullen daarbij keuzen en afwegingen onvermijdelijk zijn. Doeltreffend parkeerbeleid is echter onlosmakelijk verbonden met de verdere ontwikkeling van het toerisme. Een integraal verkeers- en parkeerbeleid zal daarom moeten worden geformuleerd.

Op korte termijn betekent dit meewerken aan het pilot-project "Stranden zonder te stranden" van de Vervoerregio Haarlem/IJmond: komen tot een structurele aanpak van de bereikbaarheid, maatregelen om het autoverkeer te geleiden met duidelijke aanwijzingen en te doseren; tegelijkertijd andere vormen van vervoer stimuleren, samengaand met goede voorlichting en informatie.

3.1.3. Herinrichting en opwaardering van de openbare ruimte

De kwaliteit van de openbare ruimte is niet alleen van belang voor de verblijfsambiance in het toeristisch kerngebied, het is tevens te beschouwen als een vliegwiel voor private investeringen. Inrichting van de openbare ruimte en architectuurkwaliteit gaan samen. Door een dergelijke wisselwerking worden gebieden gecreëerd die én voor onze inwoners én voor onze bezoekers meer dan de moeite van het verblijven waard zijn. Met name voor de boulevard-zone, voor de pool Palaceplein/Dolfiramagebied, voor de pool Badhuisplein en voor de kernpool het centrumgebied is dit van belang.
Realisatie van het inrichtingsplan voor het centrum heeft prioriteit. Na fase 1, dat herfst 1997 start, zijn ook de vervolgfasen belangrijk, evenals de herinrichting en afronding van het Raadhuisplein en omgeving.

3.1.4. Gastheerschap en infrastructuur

Door middel van gastvrijheid en gastheerschap binden wij de toerist. In de allereerste plaats is dat een attitude die de toeristische ondernemers geacht worden uit te stralen. Maar ook op gebieden als bewegwijzering, straatmeubilair, onderhoud en toezicht op orde en veiligheid zal Zandvoort zich moeten bewijzen.
Zoals in het bedrijfsleven de voordelen van "total quality management" reeds vertrouwd zijn, zo zullen wij op het gebied van "city management" ons programma moeten ontwikkelen en uitvoeren. In eendrachtige samenwerking tussen publieke en private sector.
Samen met de attitude en uitstraling van Zandvoort is marktbewerking en informatievoorziening belangrijk. Hierbij hoort ook een goed en duidelijk reservering- en informatiesysteem voor verblijfsgasten plus reizigeradviezen over de beste wijze van vervoer voor dagbezoek op topdagen.

3.1.5. Versterking van het planologisch-juridisch kader

Bestemmingsplannen verankeren het juridisch kader voor ruimtelijk beleid. Voor de burger, maar ook voor ondernemers schept dit duidelijkheid en zekerheid. De overheid kan hierdoor invloed uitoefenen op de door haar gewenste ontwikkeling. De huidige bestemmingsplanbasis biedt onvoldoende houvast en rechtszekerheid. Actualisering is dringend gewenst in het licht van de voorwaardenscheppende rol van de gemeente bij het uitwerken van de Structuurschets
Economisch gezien hebben de 9 maanden buiten het hoogseizoen meer bestedingspotentieel en marktpotentie dan de zomerperiode en realisatie van de plannen voor de polen en vlakken.
Waar nodig zal het vergunningen- en verordeningenbeleid aanpassing nodig hebben om bij te dragen aan de gewenste kwaliteitsnormen voor de badplaats.

3.1.6. Bestrijden en beperken van overlast.

Voor de bezoekers en voor de bewoners is een schoon dorp belangrijk, goed ingericht en met weinig lawaai. Het streven naar jaarrond toerisme betekent ook dat beperken en voorkomen van overlast belangrijk is. Ondernemers hebben hierin een taak.

Overlast treedt met name op bij piekbezoek. Groei in de rustige seizoenen verbetert het jaarrendement en vermindert de noodzaak voor piekbelasting. Het maakt "Zandvoort onderneming" minder afhankelijk van grote omzetten op topdagen met de bijkomende overlast.
Overlast is niet alleen objectief meetbaar, het wordt ook subjectief ervaren. Wederzijds begrip tussen ondernemer en burger heeft een positief resultaat voor draagvlak voor toerisme. Op het snijvlak hiertussen heeft ook de gemeente een duidelijke rol.

3.1.7. Het economisch belang van toerisme.

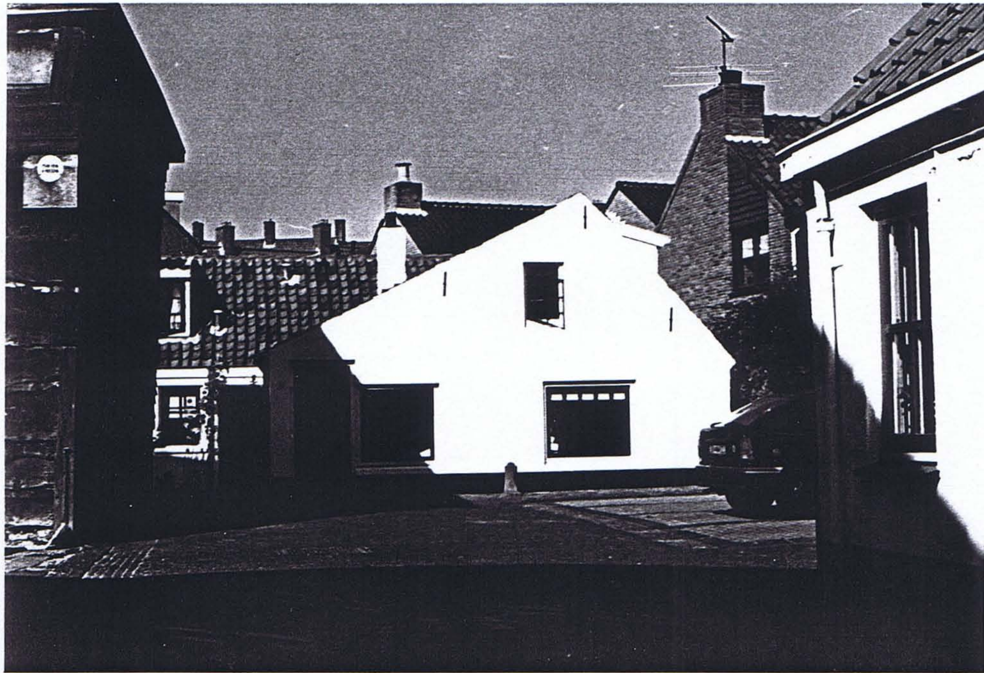
Behouden en versterken van de economische produktiestructuur en werkgelegenheid is een essentieel doel van het toeristisch beleid. Voor de ondernemers betekent dit een bestaansbron, voor anderen een baan.
Nieuwe impulsen voor de badplaats zijn nodig voor een gezond bedrijfsleven, voor het welzijn en voorzieningenpeil van de bewoners en voor een positieve spiraal rond onderhoud, waarde en verbetering van het onroerend goed.

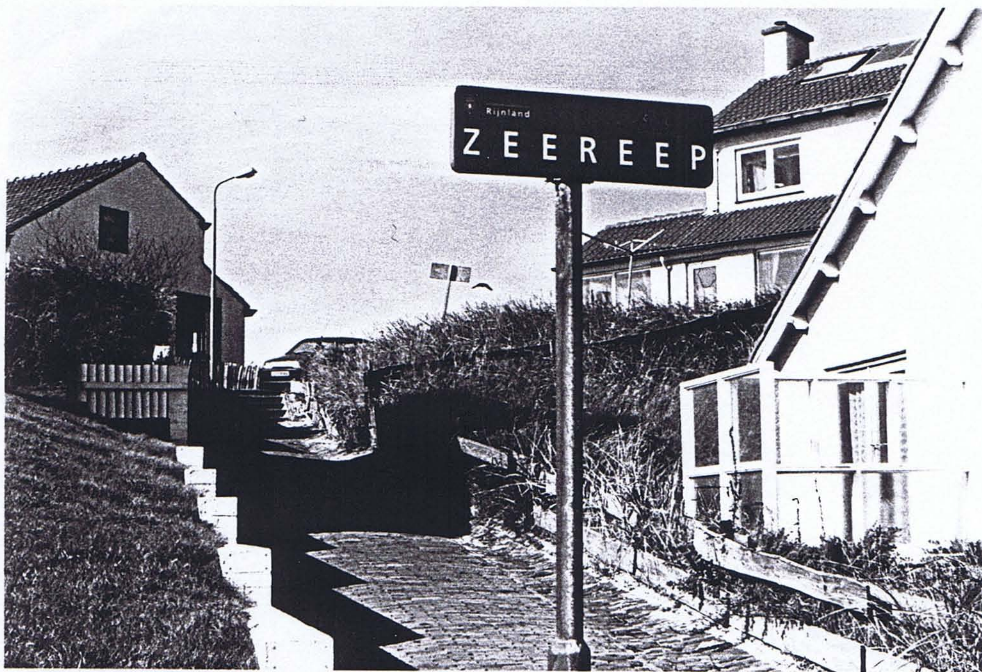
De marktpositie van Zandvoort hangt mede af van het vasthouden en ontwikkelen van een goed toeristisch produkt, met gerichte vernieuwingen en investeringen. Hierin zullen alle betrokkenen bijdragen: de gemeente met voorinvesteringen voor plannen en ambtelijke capaciteit, ondernemers door het vernieuwen en verbeteren van hun bedrijven en investeerders voor langlopende projecten.

Voor plannen rond toerisme en voor nieuwe impulsen zal de gemeente soms initiëren en in alle gevallen voorwaardenscheppend zijn en na toetsing ook positief meewerken. De ondernemers hebben zich bereid verklaard mee te werken en zich mede verantwoordelijk te voelen in zaken van algemeen belang.
Bij belangrijke projecten komt een goede afweging van marktpotentie, mogelijkheden, investeringen en rendement. Mocht het voor de haalbaarheid noodzakelijk zijn, of is het project van groot belang, dan zal de gemeente waar nodig bijdragen.

3.2 Doelgericht, maar ook flexibel

Wanneer wij in het komende decennium de toeristische ontwikkeling van Zandvoort op de voorgestane wijze willen aansturen, dan zullen wij doelgericht volgens de omschreven strategie te werk moeten gaan. Flexibiliteit is daarbij een sleutelbegrip. Om te kunnen inspelen op ontwikkelingen in de markt, om te kunnen reageren of anticiperen op ondernemersinitiatieven en om zich voordoende investeringsplannen te kunnen inpassen. De visie blijft kadervormend, de praktijk bepaalt de mogelijkheden. Een hechte samenwerking tussen de gemeente en het bedrijfsleven is mede daarom onontbeerlijk. Omdat dit de enige garantie biedt voor continuïteit in beleid.




Rijnland
ZEEREEP

4. ORGANISATIE EN UITWERKING

4.1 Procesaanpak

Uitwerking van de visie die in het voorliggende ontwikkelingskader is geschetst, vergt een zorgvuldig geregisseerde procesaanpak. Zowel omwille van de complexiteit en integraliteit van beleid als met het oog op het noodzakelijke politiek-bestuurlijke en maatschappelijke draagvlak. Stap voor stap besluitvorming, projectmatige uitwerking, periodieke terugkoppeling naar de gemeenteraad en een open communicatie- en inspraakproces naar de inwoners en belanghebbenden zullen deze aanpak kenmerken.

4.2 Cultuuromslag

De stuurgroep wijst op de gevraagde cultuuromslag bij alle betrokkenen om tot een constructief en effectief beleid te geraken. Vanuit een positieve grondhouding, in het vertrouwen dat Zandvoort zichzelf kan opwerken tot een hoger niveau badplaats alsmede gericht op een wederzijdse versterking van de badplaats- en de woonplaatsbelangen, is samenwerking geen loze kreet meer, maar tot realiteit te brengen.

4.3 De stuurgroep als regisseur

De Stuurgroep Toeristische Ontwikkeling Zandvoort ziet zichzelf als regisseur in dit proces. Vanuit het verenigde overlegkader tussen gemeente Zandvoort en het Ondernemersplatform Zandvoort kunnen de lijnen worden uitgezet en het proces worden bewaakt. De lijnen worden daarna neergelegd bij de verantwoordelijken. Uitgangspunt daarbij is en blijft vanzelfsprekend het democratisch proces waarin de gemeenteraad de besluitvormende instantie is. Evenzo blijven individuele ondernemers en investeerders verantwoordelijk voor hun eigen daden. De visie in dit document vraagt om commitment en een besluit van de gemeenteraad en van het Ondernemersplatform Zandvoort.

4.4 Open dialoog

De stuurgroep staat voor een open dialoog met alle betrokkenen en belanghebbenden. Zeker naar inwoners en ondernemers toe is communicatie te beschouwen als de sleutel tot draagvlak. Naast formele inspraaktrajecten die deel uitmaken van bijvoorbeeld bestemmingsplanprocedures, zal er ook ruimte moeten zijn voor informeel - maar niet minder van betekenis- overleg.

4.5 Zandvoort in evenwicht

Het streefbeeld dat in de Structuurschets is vastgelegd, luidt: de evenwichtige ontwikkeling van Zandvoort als woon- en als badplaats. Evenwicht is het gevolg van twee gelijke grootheden die elkaar respecteren. Het toeristisch ontwikkelingskader legt vast welke toeristische ontwikkeling wordt geambieerd en binnen welke (rand)voorwaarden deze te realiseren is. Juist ook de belangen van het woon- en leefklimaat in onze gemeente vragen om bekrachtiging van deze koers opdat de uitwerking daadwerkelijk die verbeteringen en oplossingen zal brengen die we allen wensen.





Bijlage:

Economische aspecten en werkgelegenheid in Zandvoort.

Groot belang voor Zandvoort.

Voor Zandvoort is toerisme in wezen een economische activiteit. Velen in Zandvoort zelf en in de regio zijn er bij betrokken, het is belangrijk voor de werkgelegenheid, het draagt bij aan de welvaart. Het draagt ook bij aan het welzijn van de bevolking die meer diensten en voorzieningen ter beschikking heeft dan gebruikelijk voor een plaats van 16.000 inwoners.

De bedrijfstak ´toerisme en recreatie' betekent voor Zandvoort een belangrijke inkomensbron. Veel arbeidsplaatsen in Zandvoort komen voort uit toerisme, hetzij direct hetzij indirect.
Nu de bestedingen en omzet van toeristen onder druk staan moet de gezamenlijke inspanning van gemeente en bedrijfsleven deze ontwikkeling keren.

De werkgelegenheid door toerisme is voor Zandvoort des te belangrijker omdat het aantal arbeidsplaatsen beduidend lager ligt dan de omvang van de beroepsbevolking. Zandvoort heeft 15.466 inwoners en een potentiële beroepsbevolking van 10.228 personen tussen 15 en 64 jaar. De daadwerkelijke beroepsbevolking (personen tussen 15 en 65 jaar die minimaal 12 uur per week betaald werken) telt 6.800 personen. In 1995 waren er 4.224 arbeidsplaatsen in Zandvoort. Dit geeft als duidelijke conclusie dat er een dagelijkse uitstroom van bewoners van Zandvoort is naar een werkplek elders.
Zandvoort kent relatief weinig arbeidsplaatsen, er wonen meer mensen dan er werken: op elke 100 inwoners staan 30 werkzame personen (in Zuid-Kennemerland 42). Nog duidelijker wordt het verhaal als we naar de potentiële beroepsbevolking kijken: elke 100 inwoners van 15 tot 65 jaar in Zandvoort beschikt over 41 arbeidsplaatsen. In Zuid-Kennemerland is dit 58%.
Zonder toerisme zou dit beeld voor Zandvoort nog veel negatiever zijn.

In de tien jaar na 1985 is het aantal arbeidsplaatsen met 542 toegenomen, vooral in ´banken en zakelijke dienstverlening´en ´horeca en handel' en 'reparatiebedrijven´. Wel kunnen er schommelingen optreden tussen het ene jaar en het andere, met name de horeca is daar gevoelig voor (1146 banen in 1994 naar 811 in 1995).
Een tweede belangrijke bron van werkgelegenheid in Zandvoort is de gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening, hoewel deze de laatste 10 jaar in omvang is gedaald..

Behouden en versterken van de economische produktiestructuur en werkgelegenheid in Zandvoort is een essentieel doel van het toeristisch beleid. Door het toerisme kent Zandvoort een reeks verschillende banen, van de horeca tot in de detailhandel en de dienstverlening. Banen voor hoger opgeleiden en banen waar minder scholing voor nodig is, banen die jaarrond te vervullen zijn, maar ook meer seizoensgebonden werkgelegenheid. Voor de Zandvoortse bevolking zelf en voor de wijdere regio is deze werkgelegenheid van groot belang.

Enkele cijfers geven het belang van badplaats Zandvoort:
Overnachtingen in Zandvoort volgens het CBS in 1995:

hotels/pensions	186.000
bungalows/campings	650.000
particulieren	132.000

Deze verblijfsbezoekers besteden ongeveer f. 140. per dag per persoon.
Daarnaast zijn er nog eens 3,5 miljoen dagbezoekers die ongeveer f. 53.- besteden.

Toeristen en recreanten besteden in Zandvoort 321 miljoen gulden. Dit zijn de directe bestedingen. Indirect werkt dit ook door: de inkoop van drank, voedingsmiddelen, winkelgoederen, alles wat nodig is om de toeristen te bedienen. De bestedingen worden bovendien niet alleen aangewend vooraf, maar ook achteraf met de ontvangen beloning van arbeid in het toerisme. Deze indirecte en geïnduceerde bestedingen betekenen volgens toeristisch economen bijna een verdubbeling van de directe bestedingen. Ruwweg betekent dit dat het toeristisch bezoek aan Zandvoort daarmee zo'n 640 miljoen gulden genereert. Vanzelfsprekend wordt dit niet allemaal in Zandvoort besteed, de indirecte effecten zijn ook buiten Zandvoort voelbaar in inkomen en werkgelegenheid als daar inkopen worden gedaan om het toerisme in Zandvoort draaiend te houden.

In Nederland geldt dat 1 miljoen aan toeristische bestedingen betekent dat er 7,5 arbeidsplaatsen ontstaan. Beperken we ons tot de directe bestedingen die toeristen en recreanten doen in Zandvoort, dan levert het toerisme in ieder geval al 2400 arbeidsplaatsen binnen Zandvoort op.

Toerisme is motor voor de economie maar ook meer dan dat.

Toerisme en recreatie vormen voor Zandvoort als geheel wel een economische factor van formaat, de aantrekkingskracht van de badplaats als toeristische bestemming voor de toerist ligt in andere zaken. Toerisme, vakantie houden, kent bovenal een emotionele lading. Voor de toerist geldt in de eerste plaats een prettige vrije tijdsbesteding, een plek waar zij graag naar toe willen. Voor het toeristisch bedrijfsleven en voor Zandvoort als geheel geldt dat deze vrije tijdsbesteding omzet, inkomen en werkgelegenheid biedt.

In essentie gaat deze visie op toeristische ontwikkelingen over drie zaken.
Allereerst de daadkracht om Zandvoort weer een duidelijk en aansprekend toeristisch gezicht

te geven, passend in de huidige marktontwikkelingen. Daarnaast gaat het om meer immateriële zaken als ecologie en beheer, cultuur en welbevinden van bewoners en bezoekers, de ambiance van Zandvoort als badplaats. Bezoekers komen en (nog belangrijker) komen weer terug voor kwaliteit en gastheerschap in de horeca, detailhandel en dienstverlening.
Als derde element geldt toerisme als economische activiteit, te vangen in cijfers en omzet. Omzetverhoging vraagt om duidelijke en gerichte investeringen in de toeristische produkten van Zandvoort. Bij de plannen en uitwerkingen van de toeristische visie komen in de volgende fasen daarom prioriteiten en investeringsbeelden.
Investeren in Zandvoort-badplaats is zeer breed: het gaat om investeringen voor een direct economisch rendement, maar ook om investeringen met een rendement voor het welzijn van bewoners en gasten.

